

ICE Creative Youth 2023



Oversikt over grupper og presenterte ideer (innleverte forretningsplaner)

GRUPPENR. OG NAVN	NAVN PÅ IDÉ	KORT BESKRIVELSE	MÅLGRUPPE	MEDLEMMER I GRUPPA
Gruppe nr. 1	Studentboliger med søndagsåpen matbutikk under	Bygge studentboliger for tilflyttende studenter på UiT, kombinert med søndagsåpen matvarebutikk i førsteetasjen av bygget.	Befolkning, studenter (nye)	Andre Seipæjærv (2ST), Johannes Johansen (1ST), Enna Memic (1ST)
Gruppe nr. 2	Malmklang idrettshus	Etablere et felles idrettshus som samler alle lokalidrettene under samme tak.	Alle som er interessert i sport og ha et fellesskap	Michelle Frantzen (1ST), Odin Benum (1ST), Nikita Stetskevitch Møllersen (1ST)
Gruppe nr. 3				
Gruppe nr. 4				
Gruppe nr. 5	Snutepunktet FINALIST	Skape et møtesenter med aktiviteter for eldre og enslige.	Eldre, ensomme	Linnea Nilsen Hivand (1ST), Jørgen-André Wilhelmsen (1ST), Mina Ingerøyen-Mathisen (1ST), David Sjøstrand (2ST)
Gruppe nr. 6	Malmklang kvartal 2.0	Renovere Malmklang til café med gruvepreg og aktiviteter. Utvide parkeringsplassen til å bli hovedparkering i sentrum, ved å rive gamle politistasjon og flytte leietakere til «Notting Hill». Området disponert til kontor, forretning og bolig gjøres om til startbolig for ungdom og unge.	Unge, alle som bruker byen, bilførere	Kristina Nilsen (1ST), Elise Pedersen (2ST), Elise Vonka (2ST)
Gruppe nr. 7				
Gruppe nr. 8	Trampolinepark Kirkenes	Åpne en trampolinepark for å skape et nytt aktivitetstilbud for barn og unge.	Barn, ungdommer, voksne	Mari Kofoed Bye (1ST)
Gruppe nr. 9	Alt mulig hus	Vi vil pusse opp bygget. Nede vil vi utnytte det store arealet til et marked hvor man fremmer lokale produkter. Kan også utleies. Oppe vil det være lokaler til leie til forskjellige klubber og organisasjoner, men også til privatbruk, f.eks. bryllup, konfirmasjon, bursdag osv. Vi vil også tilrettelegge for eldrekafé.	Alle i kommunen, tilreisende og turister	Ingeborg Grindhaug (1ST), Jiaxi Du (1ST), Bayan Hamdam Alkholdh (1ST), Maia V. Hågensen (2ST), Hannah K. Ryeng (2ST)

Gruppe nr. 10	Flerbruksbygg FINALIST	Gjøre bygget til et flerbruksbygg. Bygget renoveres utvendig og innvendig. Utvendig med graffiti/kunst på veggene, utested på parkeringa med sitteplass og tak over. Innvendig blir det etasjer med blant annet takterrasse, utleiedel, konferansesal og studiested. Åpningstiden er 08-22 hver dag, der det også er sikkerhetstiltak i/på bygget.	16-45 år	Elvine Erikstad Pedersen (1ST), Jakob Juhani Toivanen (1ST), Mathilde Mortensen (2ST), Marthe Pedersen (2ST)
Gruppe nr. 11 – «Team Bolyst»	Samlehuset	Samlehuset er et sted for alle, huset byr på konserter, forestillinger, utstillinger, osv. I tillegg kan det være et samlested for studenter på nettstudier eller de som går skole i kommunen. + liten kafé.	Familie og unge voksne	Diana Kristiansen (1ST), Linus Riise (1ST), Mildrid Greiner Eik (2ST), Anja Lingatharan (2ST), Ahmad ??? (mangler etternavn, var i utg.p. ikke på lista)
Gruppe nr. 12	Møteplass for alle / «Nordic Lazer» VINNER!	Bygget fylles med ulike aktiviteter for unge, deriblant lazer tag bane, Escape room, og spisested med fast food. I tillegg skal det være et utested (18+) i kjelleren. Av hensyn til miljø/fornybarhet skal det være solcellepanel på taket, samtidig som man skal unngås plast o.l. på spiseplassen. Løsningen vil også være med på å skape nye arbeidsplasser, bl.a. for de unge som skal ut i arbeidslivet (sommerjobb o.l.)	Unge	Nicolai Grønlie Smith (1ST), Frøya Sjøkvist Karlsbakk (1ST), Jonas I. Johansen (2ST), Synnøve Samuelsen (2ST)
Gruppe nr. 13	Malmklang kultur og teknologisenter	Lage et flerbrukssenter med noe for alle.	I hovedsak ungdom og unge voksne, men også alle	Madelen Veronica Jensen (1ST), Evelina Sæther Tro Johansen (1ST) Morten, Bjørnarsson Mikalsen (1ST), Malin Iversen (2ST)
Gruppe nr. 14	Festklang	Lei av Ritz og Pub1? Kom til festklang! Vi pusser opp bygget til å bli et diskotek og konserthus. Bygget brukes også til utleie til privatarrangementer, f.eks. til russen.	20+	Arseny Kharitonov (1ST), Silje Kristine Jervidal Hansen (1ST), Lise J. Isaksen (2ST), Bjørg H. Schultz (2ST), Vetle Sparby (2ST)

Gruppe nr. 15	Samfunnshus for alle	Vi ønsker å skape liv i Malmklang -kvartalet ved å skape et sted der det skjer ting. Scenen restaureres, den gamle sjarmen beholdes (nostalgj). Bygget fylles med aktiviteter som teater, konserter, kunstutstillinger, bordtennis, e-sport, minigolf m.m. Løsningen kombineres med en Café/Bar og festlokale i kjelleren (forskjellige fester: Julebord, konfirmasjon, bryllup m.m.) Det skal også leies ut lokaler til nye bedrifter for å gi dem en start og fortsette innovasjons- og idétanken, samtidig som man genererer inntekt. I oppussingsfasen vil man inngå et samarbeid med Kirkenes VGS der man involverer f.eks. elektro-, bygg- og anleggslinja i prosessen. For oss er det viktig å bevare den historiske betydningen og sjarmen til Malmklang og kombinere det med det moderne.	Innbyggere i Sør-Varanger (ulike aktiviteter til ulike aldersgrupper)	Selma Stubnova Staalesen (1ST), Brage Holan Kildemo (1ST), Rebekka F. Berglen (2ST), Tuva Håkonsen (2ST)
Gruppe nr. 16	Guovssahasat	Resturant med show/underholdning og arcade/spill. Norsk / samisk inspirert. Bygget pusses opp, males, det lages resturant og kjøpes inn spill. Samovarteateret kan ha forestillinger der osv. Rydde parkering.	Alle, spesielt turister	Marita Bugge (1ST), Frida R. Roska (2ST), Samantha Shakira Conte (2ST), Synne Jørgensen (2ST)

Tre av gruppene (gr. 3, 4 og 7) utgår pga manglende oppmøte. Detaljer om hver forretningside er presentert i skjemaene under.

Samlet antall påmeldte deltakere fra 1ST og 2ST: **87**

Samlet antall deltakere som deltok gjennom hele campen (basert på leverte forretningsplaner): **49**

Frafall: **38**

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Studentboliger m/ søndagsåpen matbutikk under

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 1

Navn på medlemmene i gruppa: Andre Seipæjævi (2ST), Johannes Johansen (1ST), Enna Memic (1ST)

Slagord:

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?

Skriv en oppsummering av problemet.

«Ingen mat hjemme og det er søndag?»

Målgruppe:

Hvem er løsningen

beregnet på?

- Befolkning
- Studenter (nye)

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Er en gjennomførbar idé
- Smelter to problemløsninger i en
- Markedsføringen kan gå via UiT
 - Nettsider
 - Sosiale medier
 - UB kan markedsføre (lage video)

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Malmklang er et stort bygg. Øvre del kan bli studentboliger for tilflyttende studenter for UiT – begrenset leiligheter. Nedre del blir en liten matbutikk, som er åpen alle dager i uka inkludert søndag. Dette gir en mer modernisering av byen med like konsept som i mer urbane strøk.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Malmklang idrettshus

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 2

Navn på medlemmene i gruppa: Michelle Frantzen (1ST), Odin Benum (1ST), Nikita Stetskevitch Møllersen (1ST)

Slagord: «Spreng grenser sammen!»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Samlet idrettshus, slik at idretter kan samles sånn at de ikke trenger å være spredt.

Målgruppe:

Hvem er løsningen beregnet på?

Alle som er interessert i sport og ha et fellesskap.

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Ideen kan realiseres ved at de folkene som driver på med idrett spleiser på det.
- Det som gjør oss unike er at vi er ungdommer som har kommet med ideen.
- Man kan markedsføre ved å legge ut på sosiale medier og henge plakater rundt i kommunen.

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Samle flere idretter på et sted. Slik at man kan ha alt utstyret sitt på et sted å slippe å flytte på det.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

FINALIST

Navn på idé: Snutepunktet

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 5

Navn på medlemmene i gruppa: Linnea Nilsen Hivand (1ST), Jørgen-André Wilhelmsen (1ST), Mina Ingerøyen-Mathisen (1ST), David Sjøstrand (2ST)

Slagord: «Alderdommen er en ny start på livet»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Sikkerhetshjelm med lys

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Malmklang har stått i snart 20 år og er en ressurs som kan nyttiggjøres

Målgruppe:

Hvem er løsningen beregnet på?

Eldre, ensomme

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Prøve å finne en mest mulig billig løsning
- Kommunen er fattig
- Bra akustikk i salen, trenger ikke bruke mye penger på høyttalere

Hva gjør oss unike:

- Vi tenker realistisk
- Budsjettklok

Markedsføring:

- Mange vet om bygget
- Comeback (stor åpning)
- Blir mye prat om gjenåpningen, trenger ikke markedsføre så mye
- Står midt i sentrum
- Blir å interessere mange

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Bygget kan bli pusset opp og bli til et møte senter for eldre og enslige hvor det kan bli arrangert mange aktiviteter. For eksempel: Bingo, Julebord, Feiring. Også kan man leie vekk bygget til for eksempel konfirmasjon.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Malmklang kvartal 2.0

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 6

Navn på medlemmene i gruppa: Kristina Nilsen (1ST), Elise Pedersen (2ST), Elise Vonka (2ST)

Slagord: «Æ vet ikke med dæ, men lettere tilgang til boligmarkedet høres veldi fristanes ut»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Hva skal man gjøre med Malmklangkvartalet?

Fokusert på mesteparten av problemet.

Målgruppe:

*Hvem er løsningen
beregnet på?*

- Unge
- Alle som bruker byen
- Bilførere

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Hjelp fra private aktører, samfunnsløftet?
- Stor målgruppe, treffer flere grupper i samfunnet
- Undersøkelser i eks. avis for utseende i Malmklang

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

- Renovere Malmklang til cafe med gruvepreg og aktiviteter. Ulike ting i bygget som settes preg av gruve og tidligere historie.
- Rive gamle politistasjon, flytte leietakere til eks. «Notting Hill».
- Utvide parkeringsplassen, bli hovedparkering i sentrum.
- Området disponert til kontor, forretning og bolig gjøres om til startbolig for ungdom og unge.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Trampolinepark Kirkenes

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 8

Navn på medlemmene i gruppa: Mari Kofoed Bye (1ST) – resten av gruppa ble syk

Slagord: «Sunt, sosialt og ikke minst gøy!»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Målgruppe:

*Hvem er løsningen
beregnet på?*

- Barn
- Ungdommer
- Voksne

Gjennomførbarhet:

*Hvordan kan ideen realiseres?
Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?
Hvordan kan man markedsføre løsningen?*

- Dette ville barn ønsket og det er antall barn som savnes her
- Samarbeide med andre trampolineparker
- Hjelper hos bærekraftsmål 11, der det står overkommelige priser i lokalsamfunn

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Har laget presentasjon og glemte egentlig å fylle ut alt dette.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Alt mulig hus

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 9

Navn på medlemmene i gruppa: Ingeborg Grindhaug (1ST), Jiaxi Du (1ST), Bayan Hamdam Alkhoaldh (1ST), Maia V. Hågensen (2ST), Hannah K. Ryeng (2ST)

Slagord: «Alt går an i Malmklang»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Vi har fokusert på Malmklang bygget og ikke hele kvartalet.

Målgruppe:

Hvem er løsningen beregnet på?
Alle i kommunen, tilreisende og turister

Gjennomførbarhet:

*Hvordan kan ideen realiseres?
Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?
Hvordan kan man markedsføre løsningen?*
Bygget må uansett pusses opp hvis det skal brukes. Å rive det blir mye dyrere.

Derfor vil denne ideen være «billigere» enn de fleste, fordi man gjør minimalt med bygget men alle kan få mye ut av det.

Ideen er også unik fordi alle i kommunen, tilreisende og turister kan få utbytte av bygget.

Markedsføring: Avis, ulike facebook grupper.
Ta direkte kontakt med organisasjoner.

Utvendig trenger bygget en vask og litt maling (enkel oppussing). Vi vil bevare bygget utseendemessig slik det er, for historiens skyld.

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Vi vil pusse opp bygget.

Nede vil vi utnytte det store arealet til et marked hvor man fremmer lokale produkter. Kan også utleies. Oppe vil det være lokaler til leie til forskjellige klubber og organisasjoner, men også til privatbruk, f.eks. bryllup, konfirmasjon, bursdag osv.

Vi vil også tilrettelegge for eldrekafé.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

FINALIST

Navn på idé: Flerbruksbygg

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 10

Navn på medlemmene i gruppa: Elvine Erikstad Pedersen (1ST), Jakob Juhani Toivanen (1ST), Mathilde Mortensen (2ST), Marthe Pedersen (2ST)

Slagord: «Flerbruk er merbruk!»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Kommunen vet ikke hva de skal gjøre med Malmklang

Målgruppe:

*Hvem er løsningen
beregnet på?*

16-45 år

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

For at ideen skal realiseres må man ha fagfolk og frivillige til hjelp. Vi må også ha tilgang til ressurser som peng og materialer.

Det som skiller oss fra andre er at vi tenker på at man må bevare historien om Malmklang, og gjøre det til et bygg som kan bli brukt til mye.

Man kan markedsføre løsningen på sosiale medier og rundt om i byen (de arenaene som folk er på).

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Vi har tenkt å gjøre bygget til et flerbruksbygg. Renovere utvendig og innvendig. Utvendig så tenker vi grafittig / kunst på veggene, utested på parkeringa med sitteplass og tak over. Innvendig tenker vi at det blir etasjer med blant annet takterrasse, utleiedel, konferansesal og studiested. Åpningstiden er 08-22 hver dag, der det også er sikkerhetstiltak i/på bygget.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Samlehuset

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 11 – «Team Bolyst»

Navn på medlemmene i gruppa: Diana Kristiansen (1ST), Linus Riise (1ST), Mildrid Greiner Eik (2ST), Anja Lingatharan (2ST), Ahmad ??? (mangler etternavn, var i utg.p. ikke på lista)

Slagord: «Noe for alle!»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Begrenset underholdning, lite aktivitet som fører i fraflytting. Lite mulighet for utdanning, mister unge.

Målgruppe:

Hvem er løsningen beregnet på?

Familie og unge voksne

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

*Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?
Hvordan kan man markedsføre løsningen?*

Kun oppussing invendig (gammelt klassisk preg). Vil bevare utsiden og fasaden for den eldre generasjonen. Vil i hoved grunn nå alle målgrupper.

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Samlehuset er et sted for alle, huset byr på konserter, forestillinger, utstillinger, osv. I tillegg kan det være et samlested for studenter på nettstudier eller de som går skole i kommunen. + liten kafé.

Plakater, innlegg på facebook, avisa osv kan være markedsførings metoder.

Entre: Utstillinger, malleri, kunst

Hovedsal: Forestillinger

Kjeller: «Spillerom» typ billiard, leker

Kontorer 2. etg.: Studiested + liten kafé

Kun ansatte for å planlegge og gjennomføre arrangementer

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

VINNER!

Navn på idé: Møteplass for alle / Nordic Lazer

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 12

Navn på medlemmene i gruppa: Nicolai Grønlie Smith (1ST), Frøya Sjøkvist Karlsbakk (1ST), Jonas I. Johansen (2ST), Synnøve Samuelsen (2ST)

Slagord:

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Tomt, ubrukt bygg som har stort potensiale

Målgruppe:

Hvem er løsningen beregnet på?

Unge

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Vil tilby noe Kirkenes ikke har.
- Ideen kan realiseres med kommunens hjelp og støtte fra folket.
- Markedsføring, sosiale medier, samarbeid med skolen/basen

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Hovedrommet skal benyttes som lazer tag bane – en aktivitet som flere kan like.

Skal være mat tilgjengelig (fast food).

Sitteplass for de som ønsker kun en plass å være/spise.

Escape room

Kjeller (som allerede har en bar) kan brukes som utested (18+)

Solcellepanel på taket

Unngå plast o.l. på spiseplassen

Løsningen vår vil også være med på å skape nye arbeidsplasser, også unge som skal ut i arbeidslivet (sommerjobb o.l.)

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Malmklang kultur og teknologisenter

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 13

Navn på medlemmene i gruppa: Madelen Veronica Jensen (1ST), Evelina Sæther Tro Johansen (1ST)
Morten, Bjørnarsson Mikalsen (1ST), Malin Iversen (2ST)

Slagord: «Malmklang – der fortidens rikdom møter framtidens muligheter»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Malmklang står tomt

Målgruppe:

*Hvem er løsningen
beregnet på?*

I hovedsak ungdom og
unge voksne, men også
alle

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

*Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?
Hvordan kan man markedsføre løsningen?*

Ved å søke støtte fra kommunen og evt andre sponsorer.
Vi har ingen lignende flerbrukssenter i Kirkenes.
Vi kan gå til avisa, plakater, radioen og bruke sosiale
medier.

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Lage et flerbrukssenter med noe for alle.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Festklang

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 14

Navn på medlemmene i gruppa: Arseny Kharitonov (1ST), Silje Kristine Jervidalø Hansen (1ST), Lise J. Isaksen (2ST), Bjørg H. Schultz (2ST), Vetle Sparby (2ST)

Slagord: «Lei av Ritz og Pub1? Kom til festklang!»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?

Skriv en oppsummering av problemet.

Malmklang er ikke i bruk og ødelagt

Målgruppe:

Hvem er løsningen

beregnet på?

20+

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

Fikse det som er ødelagt, pusse opp.

Annonserere det på sosiale medier og aviser.

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Pusse opp til et diskotek og konserthus.

Stoler og bor, og dansegulv foran sene.

Bruke til utleie, for eks: Russen.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Samfunnshus for alle

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 15

Navn på medlemmene i gruppa: Selma Stubnova Staalesen (1ST), Brage Holan Kildemo (1ST), Rebekka F. Berglen (2ST), Tuva Håkonsen (2ST)

Slagord: «Malmklang – et sted med sjel»

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

*Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?
Skriv en oppsummering av problemet.*

Få liv i Malmklang-kvartalet.

Ting skal skje der, og aktiviteter skal kunne arrangeres

Målgruppe:

Hvem er løsningen beregnet på?

Innbyggere i Sør-Varanger (ulike aktiviteter til ulike aldersgrupper)

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Oppussing:
 - Lage samarbeid med Kirkenes VGS, f.eks. elektro og bygg og anlegg.
 - Leie ut til bedrifter – tjene penger.
- Unike: Vi bruker Malmklang, det har historisk og sentimental verdi og det kan utnyttes.
- Markedsføring:
 - Flere samarbeidspartnere gjennom prosessen
 - Stor åpningsfest: Viser den fulle kapasiteten til Malmklang.

Andre innendørsaktiviteter:

- Bordtennis
- E-sport
- Minigolf

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Skape liv ved å skape et sted der det skjer ting. Et sted der folk samles og er sammen som mennesker. Scenen restaureres, den gamle sjarmen beholdes (nostalgi) → Teater, konserter, kunstutstillinger m.m.

Café/Bar – alt etter hvilken tid på døgnet (stor målgruppe)

Festlokale i kjelleren (forskjellige fester: Julebord, konfirmasjon, bryllup m.m.)

Leie ut til mindre nye bedrifter for å gi dem en start → fortsette innovasjons- og idétanken.

Viktig: Beholde den historiske betydningen og sjarm og kombinere med det moderne.

Forretningsplan

(Bruk baksiden hvis du får for lite plass)

Navn på idé: Guovssahasat

Gruppenavn og gruppenummer: Gruppe nr. 16

Navn på medlemmene i gruppa: Marita Bugge (1ST), Frida R. Roska (2ST), Samantha Shakira Conte (2ST), Synne Jørgensen (2ST)

Slagord:

Logo:

Her kan dere tegne inn logo

Oppsummering av problemet:

Har dere fokusert på hele eller deler av problemstillingen?

Skriv en oppsummering av problemet.

Bygging som ikke er i bruk

Målgruppe:

Hvem er løsningen

beregnet på?

Alle, spesielt turister

Gjennomførbarhet:

Hvordan kan ideen realiseres?

Hva skiller dere fra andre bedrifter/ hva gjør dere unike?

Hvordan kan man markedsføre løsningen?

- Pusse opp, male, lage restaurant, kjøpe inn spill, Samoarteater kan ha fårestillinger osv, rydde parkering.
- Vi har show som er reelt for kulturen her oppe, det kan skille oss ut.
- Markedsføre for målgruppene, nå ut på sosiale medier, plakater, få det til å se interessant.

Beskrivelse av løsningen:

Vær tydelig og konkret.

Resturant med show/underholdning med arcade/spill

Norsk / samisk inspirert